

# Il mercato Internet matura: opportunità di business per gli ISP

Il rapporto Nielsen/NetRating relativo al gennaio 2003 rivela aspetti interessanti circa l'utilizzo di Internet in Italia: in termini numerici si sono superati i 14 milioni di utenti collegati ad Internet ed è aumentato del 19% il tempo medio di connessione rispetto al dicembre 2002.

Numeri significativi che acquistano una valenza ancora maggiore se si analizza il modo in cui Internet sta evolvendo: da luogo ludico e fonte di intrattenimento a mezzo funzionale per organizzare efficientemente la propria attività economica, il proprio tempo libero, nonché, luogo presso cui imparare e mantenersi costantemente aggiornati (cfr. fig. 1).

Se da un lato l'abbattimento dei costi di connessione ha consentito il raggiungimento dei 14 milioni di utenti connessi in gennaio, si deve osservare che il tempo di connessione è aumentato in virtù della significatività

dei contenuti, ragione per la quale è anche cresciuto l'interesse della società civile ed economica per il mondo virtuale.

Per l'espansione del mercato Internet risulta quindi di particolare importanza dotare la rete di nuovi servizi e contenuti significativi, ad esempio, valorizzando il patrimonio informativo disponibile presso le Istituzioni Pubbliche e Private.

## La Pubblica Amministrazione e gli ISP

Il progetto sull'eGovernment di cui l'Italia è responsabile nell'ambito della DOT Force (High Level Digital Opportunities Task Force istituita in occasione del G8 di Okinawa), ha l'obiettivo di valorizzare il patrimonio informativo della Pubblica Amministrazione, nonché, migliorare l'efficienza delle Istituzioni Pubbli-

che avvicinandole a cittadini ed imprese.

Al fine di cogliere tale obiettivo è importante che siano coinvolti tutti gli attori in grado di dare un contributo fattivo, ed in particolare, chi fa di Internet il proprio core business, ovvero, gli ISP.

Il contributo di questi ultimi consisterebbe nella valorizzazione delle informazioni disponibili in rete, ovvero, nella creazione di nuovi servizi per lo sviluppo socio-economico del territorio a partire dagli ambiti di intervento della Pubblica Amministrazione: e-Government, e-Health, e-Learning, e-Business.

Partendo dall'analisi delle informazioni che la Pubblica Amministrazione rende disponibili, si individuano servizi di potenziale interesse per cittadini o imprese e si identificano opportune modalità di erogazione: il tutto, in sintonia con la Pubblica Amministrazione centrale o locale che, per alcuni dei servizi più sofisticati, potrebbe prevedere un contributo da parte dei fruitori finali.

In merito all'e-Government, il Report Finale dell'eEurope Action Plan rivela che l'obiettivo di rendere disponibili on-line 20 servizi pubblici di base entro fine 2002 è stato raggiunto da tutti i 15 Paesi dell'Unione, anche se con alcune differenze in termini di livello di disponibilità on-line: servizi solo informativi, con interazione unidirezionale, con interazione bidirezionale o completamente gestiti elettronicamente.

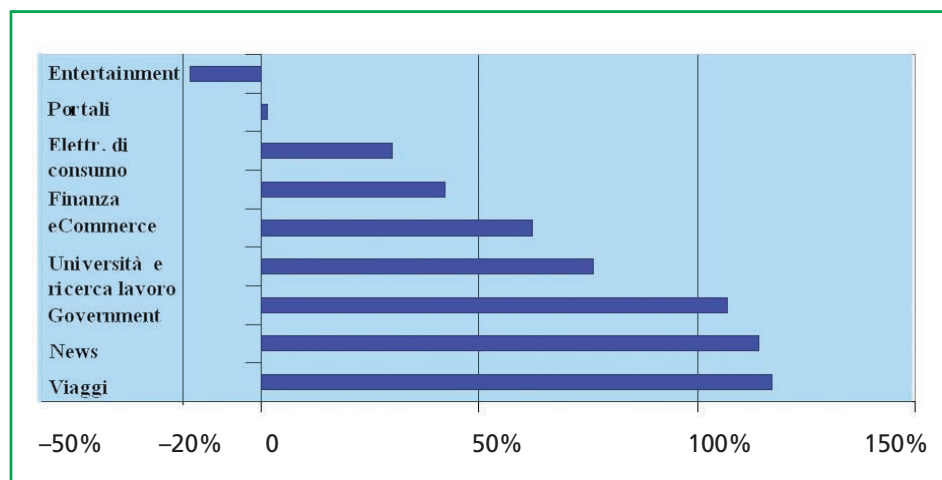


Figura 1 - Variazione % del tempo speso on-line per categoria nel periodo gennaio 2002-gennaio 2003 (Fonte: Nielsen/NetRating)

Considerando tale discriminante sulla completezza dei servizi on-line, l'Italia si colloca al 9° posto tra i 15 Paesi dell'UE con un miglioramento di ben tre posizioni rispetto all'anno 2001 (cfr. Fig.2).

Per quanto concerne gli affari interni al nostro Paese, il Ministero per l'Innovazione e le Tecnologie ha stanziato risorse significative destinate a 10 progetti principali, tra cui l'eGovernment, l'educazione e l'alfabetizzazione digitale e la telemedicina.

È nell'ambito di tali interventi che gli ISP possono contribuire con la loro esperienza e creatività alla definizione dei nuovi servizi, entrando, così, a fare parte, a pieno titolo, di quella "comunità di innovatori" protagonista del rinnovamento della Pubblica Amministrazione centrale e locale.

La Pubblica Amministrazione, dal canto suo, coglie l'obiettivo di "avvicinarsi ad imprese e cittadini", ampliando la gamma di nuovi servizi attraverso l'ausilio degli ISP che, per mestiere, sono chiamati a fare delle nuove idee l'elemento propulsivo della propria attività economica.

### PMI e Distretti industriali: evoluzione del ruolo degli ISP

Nell'ambito di un recente studio (A.T. Kearney e Foreign Policy Magazine) è stato definito il Globalization Index, il quale misura la propensione di un Paese all'apertura verso l'estero; il rapporto relativo all'anno 2001 rivela che il nostro Paese è al 24esimo posto in termi-

ni di tasso di internazionalizzazione (posizione invariata rispetto all'anno 2000).

Lo stesso studio evidenzia che l'Italia sarebbe in una fase avanzata di **DE**industrializzazione e che stenta a trovare la strada della **RE**industrializzazione.

Dallo stesso studio emerge quanto sia importante sostenere le iniziative imprenditoriali in grado di creare maggiore valore industriale, in quanto, a differenza delle operazioni finanziarie fini a se stesse, producono effetti di lungo termine positivi per l'intero sistema.

**RE**industrializzare significa ristrutturare le attività produttive al fine di aumentarne il valore industriale, obiettivo raggiungibile introducendo processi che contribuiscano all'innovazione di prodotto e di servizio, ovvero, attraverso un ricorso intensivo alle nuove tecnologie informatiche e di telecomunicazioni.

Rimanendo sullo stesso tema è interessante evidenziare lo stato in cui versano i **distretti industriali**: l'ISTAT ne classifica ca. 200 che im-

piegano 2 milioni di addetti e contribuiscono a circa 1/3 delle esportazioni nazionali (pari a 265 miliardi di EURO nel 2002). Non è un caso che, nella classifica nazionale dell'export pro capite, Vicenza, una provincia basata principalmente sui distretti (tessile, oreficeria, meccanica, concia pelli), occupi la prima posizione con un valore pro capite delle esportazioni pari a 14.078 EURO. I distretti si sono sviluppati per risolvere i problemi legati alle limitate dimensioni delle aziende che, per competere sull'arena internazionale, necessitano di competenze ed economie di scala raggiungibili attraverso l'aggregazione in distretti.

Oggi i distretti sono soggetti a pressione competitiva crescente in particolare da parte dei mercati emergenti (e.g. Cina): al fine di continuare a rappresentare punti di eccellenza riconosciuti a livello internazionale è necessario che sappiano attrarre investimenti esterni, indispensabili per lo stanziamento di risorse in ricerca e sviluppo garantendo

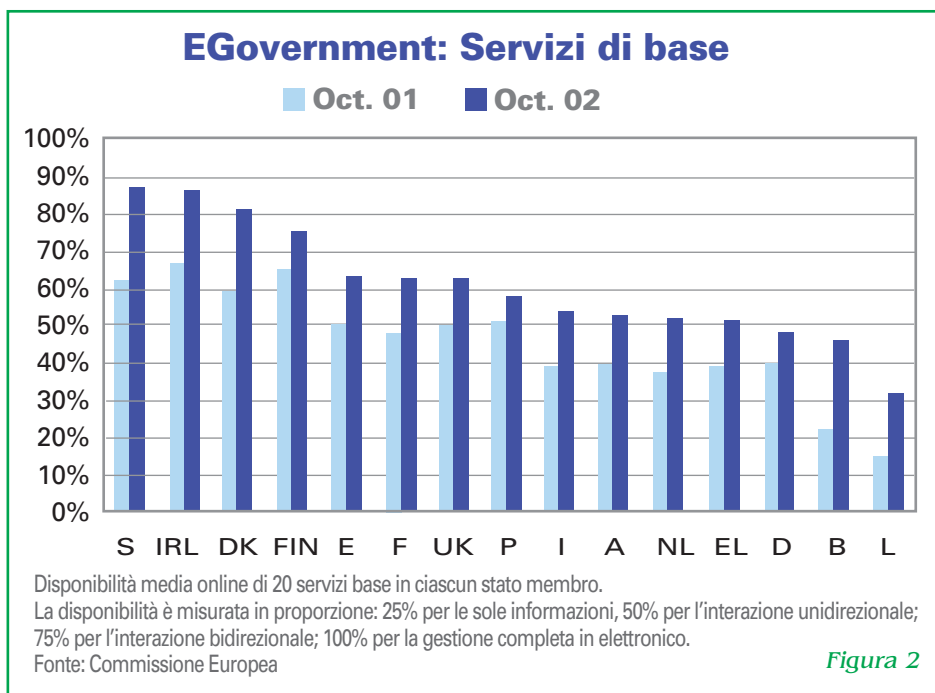


Figura 2

## Posizionamento degli ISP



Figura 3

più che il *Made in Italy* quel concetto che potremmo etichettare *Born in Italy*. A tal fine è necessario che le nuove tecnologie siano impiegate in modo diffuso all'interno dei distretti e tra i distretti ed il mondo esterno<sup>1</sup>. Questo avrà l'effetto di massimizzare il potenziale innovativo del distretto e candidarlo come destinatario degli investimenti esterni.

Varammetato che la ricchezza di un Paese moderno dipende sempre più dalla capacità delle risorse umane di valorizzare quelle che altrimenti rimarrebbero *dead capital*: tali, infatti, risultano risorse, idee e creatività di cittadini ed imprenditori quando il sistema impedisce di esprimere in modo pieno le proprie potenzialità. Un esempio eclatante è rappresentato dalla contraddizione vissuta dai Paesi in Via di Sviluppo: si calcola che

il patrimonio immobiliare di tali paesi sia pari a ca. 9.300 miliardi di dollari, vitali per l'economia di tali Paesi; 9.300 miliardi di *dead capital*, difficile da rivitalizzare in quanto mancano un quadro legale, un mercato, un network di diffusione delle informazioni capaci di valorizzarli. Per cogliere gli obiettivi di crescita e prosperità è fondamentale che il nostro Paese faccia un salto di qualità, in termini di digitalizzazione, processo da cui dipende, in misura sempre maggiore, lo sviluppo dei "dead capital" di un Paese moderno. La partita della digitalizzazione si gioca sul campo dei nuovi servizi: telemedicina, telelavoro, teleformazione, virtualizzazione delle reti di imprese, network delle competenze. Una sfida che il Paese non può permettersi di rimandare.

Considerata la valenza dell'ICT sullo sviluppo delle imprese è evidente quanto sia importante il ruolo assolto dai 600 ISP Italiani nel processo di crescita del Paese.

In particolare nei confronti

delle PMI, le quali sono raramente dotate di competenze interne di ICT in grado di identificare anche solo "cosa" Internet possa offrire alla propria azienda per incrementarne efficacia ed efficienza.

Se, comunque, proiettassimo nel futuro (3-5 anni) la situazione del mercato dei servizi Internet osserveremmo un quadro con implicazioni che è bene ponderare sin da ora.

Vedremo infatti gli imprenditori delle PMI più "colti" sulla tecnologia Internet. In un mercato maturo, anche l'imprenditore della PMI avrà imparato "cosa" Internet possa offrire, riducendo sensibilmente la domanda del consulente come "informatore" delle "potenzialità delle tecnologie Internet".

### Posizionamento degli ISP

Fermo restando le differenze che permarranno tra i servizi Internet offerti, non c'è dubbio che anche Internet, in termini di servizi di connettività, diventerà presto quello che si definisce "commodity", esattamente come è oggi il servizio telefonico.

Dal punto di vista del posizionamento si osserveranno almeno tre macro-categorie principali di ISP (cf. fig. 3):

- 1) gli ISP che si focalizzeranno principalmente sulla ricerca dell'efficienza di prodotti e processi al fine di ridurre i costi (e quindi competere principalmente sul prezzo); operanti sul mercato di massa faranno propri i concetti della ricerca continua della massima efficienza al fine di mantenere margini operativi sostenibili; in questa categoria risulteranno vincenti quegli ISP che attraverso economie di scala movi-

<sup>(1)</sup> in base ai concetti dell'Extended Network Enterprise esaminati nell'articolo omonimo sul numero di febbraio 1999 della rivista Sistemi di Telecomunicazioni

menteranno flussi di capitali elevati, accedendo quindi a soglie di sconto significative da parte dei fornitori di tecnologia.

- 2) Una seconda categoria è quella degli ISP che si ritaglieranno nicchie di mercato attraverso servizi verticali e personalizzati: l'innovazione di servizio e del marketing diventerà, tra questi, il fattore discriminante di successo;
- 3) Una terza categoria potrebbe essere la classe degli ISP focalizzati sulle nuove tecnologie che attraverso la leadership tecnologica forniranno supporto tecnologico principalmente alle altre due categorie.

Il posizionamento degli ISP nelle categorie enumerate è già in corso, ma subirà un'accelerazione dovuta al consolidamento del mercato Internet previsto in 3-5 anni.

Se da un lato gli ISP continueranno a contribuire a rendere maggiormente competitive le imprese italiane, dall'altro, è vitale che a livello di Paese siano azionate tutte le leve disponibili al fine di supportare la crescita e l'internazionalizzazione delle PMI.

### Il semestre italiano di Presidenza UE e le PMI

Luglio 2003: ha inizio il semestre italiano di presidenza dell'Unione europea da molti esperti ormai etichettato come "il semestre in cui sarà ridisegnata l'Europa".

I temi che dovranno essere affrontati dall'Italia sono di particolare rilevanza per l'intero Continente: riforma della UE per l'adesione di altri 10 membri prevista per il maggio 2004,

finalizzazione della Costituzione Europea, chiarimento sull'identità della UE in Politica Estera e nei rapporti con gli USA (solo per citarne alcuni).

Temi rilevanti da cui dipenderà il futuro dell'Europa e dell'Italia.

Nel corso dello stesso semestre, l'Italia sarà chiamata a produrre idee e proposte per lo sviluppo economico dell'Europa attraverso l'implementazione delle politiche di liberalizzazione dei mercati europei, approvate al vertice di Lisbona diversi anni orsono.

Rispetto a quest'ultimo obiettivo è necessario tenere presente che, essendo il tessuto economico del Paese basato sulle Piccole e Medie Imprese, l'Italia è interessata più di altri ad una rapida e completa liberalizzazione dei mercati, nonché, a vedere eliminate quelle pratiche mercantilizistiche diffuse in alcuni paesi dell'Unione, volte a difendere gli interessi

**“*l'Italia è interessata più di altri ad una rapida e completa liberalizzazione dei mercati, nonché, a vedere eliminate quelle pratiche mercantilizistiche diffuse in alcuni paesi dell'Unione*”**

PAESE	MEDIA OCCUPATI PER AZIENDA	NUMERO OPERATORI
Grecia	2	800.000
<b>Italia (*)</b>	<b>3</b>	<b>4.125.000</b>
Spagna	5	2.700.000
Portogallo	5	685.000
Belgio	6	545.000
Finlandia	6	210.000
G. Bretagna	6	3.490.000
Francia	7	2.490.000
Germania	8	3.550.000
Svezia	8	270.000
Danimarca	9	180.000
Austria	10	225.000
Irlanda	10	95.000
Lussemburgo	10	20.000
Olanda	10	550.000
<b>Europa dei 15</b>	<b>6</b>	<b>19.930.000</b>

(\*) In Italia il 48% degli occupati è impiegato in aziende sotto i 10 addetti e le PMI italiane hanno una propensione a crescere che è quasi 3 volte (il 41%) rispetto a quella espressa dagli imprenditori di Austria, Germania e Finlandia ferma al 15%.

Fonte: Highlights from the 2002 European survey

di alcuni campioni nazionali: Francia e Germania privilegiano politiche a favore dei grandi gruppi e continueranno a difenderle in ogni sede.

Assistiamo ad un consolidamento in Europa di quello spazio etichettato da alcuni esperti come "Framania", dove Francia e Germania dettano le loro regole all'Europa dei 15 oggi, e le detteranno all'Europa dei 25 domani.

È importante che, nel corso del semestre di presidenza UE, l'Italia imprima un'accelerazione all'implementazione delle politiche di liberalizzazione in Europa, quelle che contribuiscono al perseguimento degli interessi nazionali, facendo valere il proprio peso di potenza europea e mondiale.